

Landgard, Mägenwil

Ein Showroom für den Schweizer Fachhandel

Das deutsche Unternehmen Landgard eG pflegt seit einigen Jahren Kontakte zu Schweizer Grosskunden. Mit dem Showroom in Mägenwil AG bietet das Unternehmen jetzt eine Produktpalette für den Fachhandel an.



Der 300 m² grosse Landgard-Showroom in Mägenwil ist als Wohnung mit verschiedenen Räumen konzipiert: Entrée, Küche, Essen, Wohnen, Büro und Terrasse.

Text und Bilder: **Carmen Hocker**, Winterthur

«Landgard ist Deutschlands führende Vermarktungsorganisation im Gartenbau» steht in der Imagebroschüre des Unternehmens. Kurz darauf folgt die Aussage «Wir wollen weiter wachsen». So selbstbewusst der gesamte Firmenauftritt ist, so bescheiden und leise sind die Töne, welche die Landgard Suisse AG mit ihrem Showroom in Mägenwil anschlägt. Auf 300 m² werden dort Keramik, Glaswaren sowie Pflanzen für drinnen und draussen angeboten. Die Räumlichkeiten sind als Wohnung mit verschiedenen Farbthemen konzipiert. Dreimal pro Jahr wird ein Dekorationsteam aus Deutschland, das auch

für den Stand auf der Internationalen Pflanzenmesse in Essen (IPM) verantwortlich ist, die Kojen neu gestalten. Als Zielgruppe nennt die Produktmanagerin Christine Huld den Fachhandel mit Gartencentern, Gärtnereien und Blumenfachgeschäften. Sie betont auch, dass die Produkte des Showrooms ausschliesslich für den Fachhandel bestimmt sind. Überschneidungen mit dem Sortiment für Grossverteiler gäbe es nicht.

Keramik, Glas und Pflanzen

In Mägenwil hat die Landgard Suisse AG seit zweieinhalb Jahren ein Büro mit mittlerweile fünfzehn Mitarbeitern. Kundenbeziehungen zu Grosskunden und Grossverteilern wie Manor, Lan-

di, Migros und Denner bestehen bereits. Was bewegt ein Unternehmen wie Landgard, nun auch den Schweizer Fachhandel anzusprechen? Die Räumlichkeiten in Mägenwil waren vorhanden, der Aufwand, einen Showroom zu gestalten, überschaubar. Zu den normalen Büroöffnungszeiten ist immer ein Mitarbeiter verfügbar, um interessierte Fachkunden zu beraten. Produktmanagerin Christine Huld erklärt, dass die Verantwortlichen von Landgard dem Schweizer Fachhandel ein ausgewähltes Sortiment zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten möchten. Man habe das Angebot an den Schweizer Blumenbörsen evaluiert und daraufhin ein Sortiment für den Showroom zusammengestellt. Auch der Aussendienstmitarbeiter Beat Roth habe zur Auswahl beigetragen. Momentan umfasst die Produktpalette ein Basis-Sortiment an Keramik und Glas sowie Pflanzen für drinnen und draussen. Die Keramik wird in Deutschland hergestellt, das Glas in Polen und Italien. Die Pflanzen kommen bisher



Glaswaren kommen aus Polen und ...



... die Keramik aus Deutschland.



Die Pflanzen kommen bisher aus den Niederlanden, aus Deutschland und Italien. Doch Landgard beabsichtigt, auch Partnerschaften zu Schweizer Produzenten aufzubauen.


aus den Niederlanden, aus Deutschland und Italien. Landgard ist jedoch daran interessiert, Partnerschaften zu Schweizer Produzenten aufzubauen. Alle Bestellungen werden von Deutschland aus kommissioniert und versandt. Der Mindestbestellwert bei den Gefäßen liegt bei CHF 500.– frei Haus. Von der Bestellung bis zur Lieferung dauere es ungefähr eine Woche. Pflanzen, die montags bestellt werden, könnten am darauffolgenden Mittwoch ausgeliefert werden.

Ein neuer Mitbewerber mit Tradition

Die Landgard Suisse AG ist ein Anbieter, der einen internationalen Konzern im Rücken hat. Im Jahr 2010 betrug der Konzernumsatz 1,8 Milliarden Euro. Dabei waren die Anfänge ganz klein. Die Wurzeln der deutschen Landgard eG liegen hundert Jahre zurück. Damals organisierte der Holzkaufmann Hans Tenhaeff zusammen mit einigen Landwirten der Niederrhein-Region die erste Versteigerung von Obst und Gemüse nach Vorbild der niederländischen Nachbarn. Mit der Zeit entstand ein modernes Produktions- und Vermarktungssystem für landwirtschaftliche Erzeugnisse und Gartenbauprodukte. Landgard sieht sich als Bindeglied zwischen Erzeuger und Kunde. Ein ausgeklügeltes Logistiksystem verbindet beide Seiten mit-

einander. So wissen die Erzeuger oft schon beim Pflanzen, welche Kunden später die Ernte erhalten werden. Um die Produkte und Dienstleistungen stetig weiterzuentwickeln, unterstützt das Unternehmen jedes Jahr Nachwuchstalente – mit dem «Grow Award» der Landgard-Stiftung. Im Jahr 2011 wurde beispielsweise die Arbeit einer Ernährungswissenschaftlerin zum Thema «Untersuchung des allergenen Potenzials bei Apfelfrüchten» ausgezeichnet.

Eine Zukunft mit frischen Ideen

Eine Umfrage unter Verantwortlichen der Schweizer Blumenbörsen und anderen Mitbewerbern hat ergeben, dass eine gewisse Verunsicherung zu spüren ist. Man fragt sich, welche Strategie ein Grossunternehmen wie Landgard in der Schweiz verfolgt und was auf den Showroom in Mägenwil noch folgen könnte. Doch während die einen eine eher abwartende Haltung einnehmen, schauen die anderen optimistisch nach vorne und planen ihre eigene unternehmerische Zukunft. Ein Jungunternehmer meinte, er wolle sich nicht über den Preis profilieren, sondern über Angebot, Verfügbarkeit und Service. Ein neuer Mitbewerber – egal welcher Gröszenordnung – sei für ihn nur ein Grund mehr, sich auf seine eigenen Stärken zu konzentrieren. 

Landgard im Profil

In Deutschland ist Landgard eine eingetragene Genossenschaft (eG). Das Unternehmen gehört zu 100 Prozent den Erzeugern.

Konzernumsatz 2010 in Mio. Euro

● Konzern	1841
● davon entfallen auf Blumen und Pflanzen	1145
● Obst und Gemüse	694
● sonstige Dienstleistungen	2
● Mitarbeiter:	3000
● Mitglieder:	3000
● Kunden:	25000
● Standorte:	40

Ländergesellschaften in:

England, Frankreich, Italien, den Niederlanden, Österreich, Schweiz und Tschechien

Kontakt Standort Schweiz

Landgard Suisse AG
Christine Huld (Produktmanagerin)
Hintermättlistrasse 9
5506 Mägenwil
verkauf@landgard.ch,
www.landgard.ch

Produzenten, die an einer Partnerschaft mit Landgard interessiert sind, können sich ebenfalls an das Büro in Mägenwil wenden.